

TURISMO E FOTOGRAFIA: ELEMENTOS PARA O CONHECIMENTO DA PAISAGEM DE CAMOCIM-CE

Cláudio Henrique Silva Fontenele

Especialista em Turismo e Hospitalidade - IFCE
teclaudio10@hotmail.com

Fábio de Oliveira Matos

Doutor em Geografia (UFC) e Professor do Instituto de
Ciências do Mar (LABOMAR) - UFC.
fabiomatos@ufc.br

RESUMO

O turismo e a fotografia são dois elementos que estão intimamente ligados, dentro de suas reais atribuições, ainda que parcialmente explorados por quem os utilizem. Através da fotografia, ampliam-se as possibilidades de se conhecer e compreender a imagem de um lugar, bem como o estudo do seu passado, a reflexão do seu presente e sua projeção para o futuro. Quando bem utilizados e compreendidos, a fotografia e o turismo podem proporcionar visões diferentes que outros tipos de recursos não exploram com tanta propriedade. O presente trabalho realizou uma pesquisa de campo com aplicação de questionário semiestruturado, envolvendo aleatoriamente 100 (cem) pessoas, entre moradores e visitantes, para buscar respostas que lançassem alguma luz sobre o seu objetivo principal: compreender como a fotografia e o turismo podem auxiliar no conhecimento da paisagem camocinense. Os resultados revelaram que a paisagem local, sem o conjunto de equipamentos paisagísticos ou de lazer, não desperta a atenção (quer seja dos nativos ou de turistas), especialmente através de fotografias. Assim, é importante desenvolver uma imagem da cidade de Camocim-CE, baseada em fotografias e vivências turísticas, que representem os aspectos estéticos, culturais e ecológicos de sua paisagem.

Palavras-chave: Turismo; Fotografia; Paisagem; Camocim-CE.

TOURISM AND PHOTOGRAPHY: ELEMENTS FOR KNOWLEDGE OF LANDSCAPE IN CAMOCIM-CE

ABSTRACT

Tourism and photography are two elements that are closely linked within their real assignments, even partially exploited by those who use them. Through photography, expanded the possibilities of knowing and understanding the image of a place, and the study of its past, the reflection of his present and his forecast for the future. When properly used and understood, photography and tourism can provide different views than other types of resources not operate with such property. This study conducted a field survey, randomly, with one hundred (100) people, including residents and visitors to seek answers to cast some light on your main goal: to understand how photography and tourism can aid the understanding of landscape camocinense. The results revealed that the local landscape, although not as well known, arouses the attention of both natives and tourists, especially through photographs. Thus, it is important to develop an image of the city of Camocim-CE, based on photographs and tourist experiences, representing the aesthetic, cultural and ecological aspects of your landscape.

Keywords: Tourism; Photography; Landscape; Camocim-CE.

Recebido em 13/10/2014

Aprovado para publicação em 21/11/2014

INTRODUÇÃO

O Turismo é uma atividade em ascensão por todo o mundo, especialmente nos últimos anos. O direito às férias anuais remuneradas, as facilidades de locomoção e o uso cada vez maior das novas tecnologias de comunicação têm proporcionado um crescimento sem precedentes na atividade turística de muitos lugares. A imagem destes lugares, entre outras coisas, provoca no homem a necessidade de conhecê-los de perto e com mais desprendimento.

O uso de imagens tem auxiliado bastante a formação histórica de um lugar, registrando e revelando o seu legado cultural, bem como os costumes e tradições de seus habitantes. Sem elas, muito do que se sabe hoje em relação às épocas e estilos de vida do passado seriam apenas especulações. O próprio estudo iconográfico é uma prova de que o homem tem mais facilidade em aceitar e entender as imagens do que as linguagens escritas.

Lembranças e memórias pessoais nem sempre são dignas de nossa confiança, pois estas são passíveis de esquecimentos e distorções temporais. Assim, a utilização de recursos imagéticos se torna relevante para subsidiar o estudo do homem em seus deslocamentos. Atualmente, a fotografia tem se popularizado entre seus usuários como um dos recursos mais eficientes para o registro de imagens, constituindo a representação material de diferentes grupos sociais e de seus territórios.

A fotografia, cuja principal função é preservar momentos e cenas do presente, tem se inserido cada vez mais em lugares com potencial turístico reconhecido. Na maioria das vezes, é ela quem inicia o primeiro contato do indivíduo com o local que pretende conhecer futuramente, aflorando sensações capazes de conduzi-lo em suas buscas por novos tipos de descobertas espaciais (paisagens).

A paisagem, entendida como porção visível do espaço (SANTOS, 1998), simboliza um dos mais importantes interesses de atratividade turística dos destinos. Embora o valor estético não possa substituir todas as interpretações possíveis de uma paisagem, cabe lembrar que é por meio dele que se consegue atrair o olhar de observadores interessados no lugar turístico. Por outro lado, uma das pretensões deste trabalho é ampliar o leque de valores que a paisagem pode proporcionar para os que se interessam por ela, desmistificando a ideia de que sua composição está limitada aos elementos da natureza (fauna e flora).

Outro aspecto abordado nesta produção foi a análise das temáticas discutidas no caso prático da cidade de Camocim, no estado do Ceará. Por se localizar no litoral oeste cearense, próximo da divisa com o estado do Piauí, a cidade apresenta uma diversidade paisagística que pode ser apreciada e interpretada tanto por nativos como por turistas. Na última seção, traremos algumas considerações e propostas a respeito do assunto, no intuito de concentrar novos olhares para a paisagem camocinense por meio da fotografia aplicada ao turismo.

Nesse sentido, nosso trabalho pretende saber como a fotografia e o turismo podem auxiliar no processo de conhecimento da paisagem de Camocim, não apenas como ferramenta para incentivo da preservação e consciência paisagística local, mas também como divulgação de seus atrativos. Espera-se identificar os benefícios de trabalhar com este tipo de material e sondar como algumas fotografias podem valorizar a observação da paisagem camocinense.

A IMAGEM FOTOGRÁFICA COMO RECURSO TURÍSTICO

O turismo, como atividade humana e hedonística, é capaz de proporcionar inúmeras sensações. Algumas delas só se fazem perceber mais significativamente por meio de certos recursos que facilitam a sua compreensão, dentre eles a imagem. Ao que tudo indica, “a imagem, desde sempre, teve o poder de se impor a nós. Ela nos seduz por sua própria presença” (ROSSI, 2009, p.09). Praticamente todas as impressões do ser humano são formuladas com base na inferência de uma imagem.

A despeito de sua limitada representação formal no passado, a imagem continua revelando impressões e saberes indispensáveis à (in)formação do homem na atualidade. Fazemos parte de uma sociedade que não só aprecia imagens, mas que as consome. Complementando, Schlichta (*apud* CHARTIER 2009, p. 48) afirma que “uma imagem representa, torna presente qualquer coisa ausente, é um modo de representação do ausente”. Muitas das impressões

do passado – adormecidas ou extintas – ainda se fazem perfeitamente presentes enquanto imagem, reavendo o seu espaço a quem de direito.

O poder da imagem continua aumentando e embutindo na sociedade suas impressões e valores. Para Rossi (2009, p.12), “vivemos hoje na chamada civilização da imagem”. Fazemos parte de um contexto cultural repleto de apelos imagéticos, que nos fazem querer ir além do plano bidimensional figurativo. Por trás de cada amostra iconográfica sobrepõem-se realidades tão diversas quanto distantes, na espera de serem abstraídas. Em outras palavras, a beleza da imagem não se restringe meramente à sua qualidade estética e contemplativa, mas ao seu alcance no imaginário de quem dela se utiliza.

De acordo com Ruschmann e Tomelin (2013, p. 391), “a imagem, e em especial a fotografia, é um dos principais meios de compartilhamento de informações e portadora de um valor quase absoluto e singular no que tange à relação entre realidade aparente e realidade interna”. O que torna a fotografia um recurso tão particular é a sua capacidade de apreender um objeto em seu momento de instabilidade (NEIVA JÚNIOR, 2002). É interessante saber que é possível preservar a beleza de um instante por muito mais tempo que o permitido, bastando para isso apenas um click na hora e lugar certos.

A palavra fotografia é uma junção dos termos gregos *photos* (luz) e *graphos* (gravação), cuja aplicação consiste num processo técnico de captura de imagens com o auxílio da luz. A invenção da fotografia é atribuída ao francês Nicéphore Niepce, que conseguiu registrar as primeiras imagens de modo permanente em 1824 (ENCICLOPÉDIA, 2009). Na época, a tecnologia utilizada era bastante rudimentar e limitada, reduzindo a reprodução das imagens fotografadas ao ofuscamento das chapas metálicas e sem qualquer colorido. Com o passar dos tempos, a fotografia popularizou-se universalmente, graças ao avanço da tecnologia e à busca do homem moderno por novas atrações dignas de serem fotografadas.

As transformações em nosso espaço (sociais, culturais, ambientais...) são tão imediatas, e por vezes irrevogáveis (RODRIGUES, 1996), que seus reais significados escapam à maioria dos olhares menos atentos. Por vezes, somos assediados por um sem número de informações audiovisuais que não conseguimos absorver nem mesmo parte de seus valores. Necessitamos de um instrumento que seja, ao mesmo tempo, prático e interativo para nos auxiliar a produzir o que poderíamos chamar de álbum de recordações de nossas visões e olhares pessoais.

Atualmente, as representações fotográficas são um dos recursos mais utilizados para capturar e transferir a imagem de um “lugar turístico”. O termo em destaque, “é uma expressão utilizada tanto para se referir a lugares que já foram apropriados pela prática social do turismo como também a lugares considerados potencialmente turísticos” (CRUZ, 2003, p.07).

A imagem dos lugares turísticos é produzida de acordo com a visão individual de cada visitante, que por sua vez pode ser constituída de “ideias prontas e julgamentos sumários” próprios (RODRIGUES, 1996, p.62). Essa percepção, baseada em afinidades pessoais e reproduções imagéticas é que norteará a escolha pelo lugar turístico. Para tanto, a imagem fotográfica é (ainda) um registro inacabado, que só se completa quando diligentemente atinado pelo observador. Este, por sua vez, ao observar o registro fotográfico (de sua autoria ou de outrem) se revestirá de sensações e ideias que, ao serem combinados com outros fatores, despertarão desejos que o conduzirão para uma (re)descoberta do lugar. A partir daí, pode-se dizer, nasce o interesse pelo objeto de sua atenção, sendo a fotografia um meio que, apesar de não substituir a experiência vivida, gera a possibilidade de uma nova experiência memorial (SCHNEID e MICHELON, 2014).

Para Ruschmann e Tomelin (2013, p. 392), “o interesse por toda e qualquer destinação, produto ou equipamento é despertado pela maneira como tudo isso é apresentado aos turistas”. É possível aproximar e persuadir um turista com certa antecedência, ou seja, antes de ele ser recepcionado formalmente pelo lugar. A forma como o lugar será apresentado para o futuro visitante determinará o seu nível de afinidade, preferências, tempo de permanência, disposição para gastar entre outras coisas.

Através da fotografia, o lugar turístico também consegue materializar o seu método de trabalho (serviço) – intangível por natureza – em imagens, estabelecendo um silogismo entre o que se pretende oferecer e o que se está a representar. Nesse sentido, a fotografia reveste o

intangível de tangibilidade, à medida que transforma, legitimamente, meros conceitos de beleza e prazer em projeções sugestionáveis.

As razões pelas quais o ato fotográfico acontece dependem dos estímulos recebidos no *momentum* apreciativo (SCHLICHTA, 2009) do observador. Cada turista pode ser estimulado com maior ou menor intensidade ao se deparar com elementos (materiais/imateriais) que impulsionem a sua vontade de fotografar.

Nesse sentido, Ruschmann e Tomelin (2013, p. 394) concluem afirmando que “a *captação das imagens* pelo observador e o envolvimento no instante da foto *dependem do que se sente*, do que acontece ao redor do fotógrafo e dos motivos que o impeliram a registrar aquela *paisagem* (...) em detrimento de outras (...)” (grifo nosso). Nesse caso, a fotografia surge como resposta a uma provocação externa. Percebe-se a existência de certa cumplicidade entre imagem, sentimento e lugar turístico, notável fomentador da paisagem. Em muitos casos, o turista se sente atraído por um lugar antes mesmo de tê-lo conhecido. Foi a sua imagem fotográfica que o convenceu a se deslocar do seu lugar de origem até lá.

Registrar a realidade do entorno turístico tem se tornado uma conveniência para o turista. A busca pela foto perfeita, motivada por um capricho ou receio de se perder alguma informação interessante, tem tornado os atores fotográficos dependentes da imagem. O turista que fotografa, ou é atraído por alguma fotografia, se comporta assim para satisfazer a sua vontade de preservar uma memória. O turismo sem o registro de imagens seria baseado em achismos e suposições.

A observação/análise fotográfica facilita a compreensão espacial do lugar visitado, ampliando o seu desenvolvimento turístico para além das expectativas subjetivistas. Nem sempre é possível confiar apenas no que os olhos e a mente podem apreender. Enquanto um olhar proporciona significados individuais a uma paisagem, a fotografia, com todo o seu alcance, pode atingir pessoas de visões diferentes e repercutir mais amplamente no espaço e no tempo. Nesse sentido, o uso da fotografia como recurso turístico reforça a ideia de conservação e conhecimento da paisagem.

Graças à difusão do ato fotográfico, os turistas, em seus deslocamentos, conseguem estabelecer um diálogo sociocultural com o lugar visitado, que, enquanto não é contemplado, permanece desconhecido e estranho. A imagem fotográfica, com a sua fidelidade reprodutiva, consegue aproximar observador e objeto observado, transportando-os para um mesmo plano focal. Nessa perspectiva, o lugar turístico se reveste de utilidade e valor, aspectos definidos no imaginário das pessoas, que dependem da combinação de imagens e vivências para a sua concepção.

Promover a imagem de um lugar turístico através da fotografia, além de ser uma importante estratégia de divulgação (marketing turístico), também implica transferência de informação. É preciso dizer que a transmissão desse conhecimento (informação) está condicionada à fidedignidade representativa das imagens fotografadas. Aspectos antropológicos, ambientais, culturais e sociais devem ser preservados em sua essência na fotografia, para que a imagem do lugar seja legitimamente associada à sua própria realidade. A representação fotográfica de um lugar, quando não coincidente com a sua imagem real, pode afugentar o turista ou frustrá-lo definitivamente.

Considera-se a fotografia um instrumento versátil e produtor de múltiplas impressões no tocante à paisagem de um lugar turístico. Nesse sentido, é importante compreender o papel da fotografia para a ampliação do conhecimento paisagístico de destinos com potencialidade turística. A seguir, trataremos com mais detalhes as interações entre turismo e paisagem, como também as implicações resultantes do uso da fotografia nessa abordagem.

A FOTOGRAFIA NO TURISMO: TÉCNICA E COMPOSIÇÃO

Conforme visto, é possível verificar que o uso da imagem, especialmente a fotografada, pode motivar a demanda turística de um lugar. A sensibilidade percebida por quem a observa irá determinar os fatores da viagem e, conseqüentemente, a contemplação da paisagem. Assim, a fotografia consegue reunir e combinar expectativas no imaginário das pessoas, a ponto de conduzi-las em seus processos de escolha. Por sua vez, a escolha pode variar em relação ao

tempo e ao espaço. Quanto ao tempo, ela pode acontecer antes da viagem, durante ou até mesmo após a sua consumação, quando o turista escolhe visitar novamente o mesmo lugar (as imagens capturadas por ele na viagem contribuirão para isso). Em relação ao aspecto espacial, a escolha poderá abranger extensões paisagísticas diversas, distribuídas num mesmo lugar ou não. O desejo de fotografar pontos diferentes determinará essa variação.

A inclusão digital, resultante da acessibilidade e avanço tecnológico, tem transformado o método e o formato fotográfico. O barateamento do preço das câmeras digitais e a popularização dos aparelhos de celular têm cooperado significativamente para a produção fotográfica. Considerando que durante muito tempo o ato de fotografar e/ou ser fotografado restringia-se às classes mais elitizadas, a geração contemporânea – agraciada pelos efeitos da modernidade – desmistificou este paradoxo. Hoje, a facilidade de registrar imagens complementou o interesse das pessoas de conhecer lugares diferentes – e o turismo, que depende da produção de imagens para a sua dinamicidade (RUSCHMANN e TOMELIN, 2013), acabou sendo favorecido.

Mas a fotografia carece de uma melhor compreensão. Para não ser esquecida ou tornar-se objeto descartável entre aqueles que a veem como recurso comum e volátil. No entanto, o que pode diminuir o valor da fotografia é a ausência de justificativa. Por trás de cada fotografia deveria existir um motivo, uma causa pretendida que a justificasse suficientemente. Antes de consumir o ato, o fotógrafo não pode desconsiderar uma compreensão integral dos motivos por meio dos quais deseja fotografar. Nesse sentido, a consciência passa a ser vista como requisito essencial e fonte de inspiração para o fotógrafo. Embora seja encarada como mero detalhe agregado, a consciência fotográfica não surge de um impulso. É preciso usar a inteligência e o próprio cérebro com a mesma intensidade que se pressiona o obturador de uma câmera.

Geralmente, todos os viajantes, durante seus deslocamentos e estadas, observam lugares até então desconhecidos e passam a descobrir uma variedade de paisagens capazes de estimular sua curiosidade. Essa curiosidade se justifica pelo fato do observador não encontrar tantos objetos de interesse em seu entorno habitual. Aparentemente, a familiaridade com seu espaço original o deixa desatento, ao passo que o contato com novas formas de vida desperta sensações extraordinárias.

A habilidade para selecionar e combinar os elementos estruturais de uma fotografia depende muito do ponto de vista de quem fotografa. A técnica, fator indispensável para a qualidade da fotografia, por si só não obra todos os feitos. O sujeito que escolhe o objeto de sua captura é quem vai determinar a composição da fotografia. De acordo com Busselle (1977, p. 16), “a composição nada mais é do que a arte de dispor os elementos do tema – formas, linhas, tons e cores – de maneira organizada e agradável”. Para o autor, as pessoas não sentem apenas emoção quando observam uma fotografia organizada, mas também conseguem compreendê-la mais facilmente.

Um dos primeiros aspectos a serem abordados na composição fotográfica deve ser o assunto, alvo principal da captura. É nesse instante que o interesse pelo tipo de paisagem observada irá definir a técnica a ser utilizada. Quanto maior for o valor atribuído ao objeto prestes a ser fotografado, maior será o cuidado com o manejo da câmera e com os demais recursos imprescindíveis ao registro da paisagem.

Outro aspecto que merece ser destacado é a composição da imagem por pessoas, principalmente aquelas que são parte inerente do lugar. Conforme dito anteriormente, a paisagem pode tomar formas e partes diversas, não sendo constituída, necessariamente, de tipos imóveis e naturais, mas também por indivíduos e suas correspondentes manifestações. De fato, os componentes culturais presentes numa comunidade visitada representam um dos elementos de maior importância na impressão do visitante que busca novas apreensões.

A respeito da composição cultural de um lugar e sua relação com as pessoas, Ruschmann e Tomelin (2013, p. 394) enfatizam que “o meio cultural e o modo de vida das pessoas influenciam sua compreensão e percepção da paisagem por meio de sentimentos, impressões e considerações diversas”. As informações transmitidas visualmente pela fotografia são moldadas pela aculturação dos sujeitos envolvidos em sua constituição. Portanto, é necessário reunir na fotografia pessoas em seus variados modos de vivências e identidades culturais.

Por outro lado, uma imagem sem a presença de pessoas e cuja temática principal seja a própria natureza transfere sensações de liberdade, ociosidade e tranquilidade, pretensões tentadoras àqueles que estão à procura de descanso ou precisando fugir da rotina. Diferentemente das fotografias que transmitem ideias de movimento, as representações “vazias” são um chamado à liberação das sobrecargas humanas. Além disso, contribuem para a fomentação da consciência ambiental, de modo a preservar a paisagem de hoje para as gerações observadoras de amanhã. As Figuras 1 e 2 representam, respectivamente, exemplos de fotografias com e sem pessoas, ilustrando a diferença entre sensações de movimento e fuga da rotina/estresse.

Figura 1. Pesca com rede em Camocim.



Fonte: Arquivo Pessoal.

Figura 2. Barraca na Praia das Barreiras.



Fonte: Arquivo Pessoal.

Cruz, Camargo e Guzela (2007) enfatizam o uso das linhas na composição de uma imagem e suas respectivas provocações. Para os autores, “as linhas tanto podem servir como guias para direcionar o olhar do observador para outros pontos de interesse da foto, como também para criar um clima para a cena” (p. 10). É preciso atentar para a subjetividade das linhas no plano fotográfico, pois as tais podem ser o grande diferencial no que diz respeito ao preenchimento de cena e suas emoções. Basicamente, as linhas de composição de uma fotografia são divididas em horizontais e verticais. A seguir, faremos uma breve análise de ambas tomando por base as explicações dos referidos autores.

As linhas verticais na composição fotográfica são essenciais para proporcionarem uma ideia de afirmação. Elas conseguem repassar a ideia de força, impetuosidade, rigidez e elevação. É possível perceber, pela leitura da imagem apresentada na Figura 3 (Igreja Matriz de Camocim), que a sua verticalidade conduz o observador para um plano transcendente, superior à sua posição atual condicionada aos “pés no chão”. Independentemente da conotação religiosa

retratada na fotografia, o que se quer mostrar é a sensação de grandiosidade e desafio permitida pelo erguer dos olhos em direção ao ponto mais alto da imagem.

Figura 3. Igreja do Bom Jesus dos Navegantes



Fonte: Arquivo Pessoal.

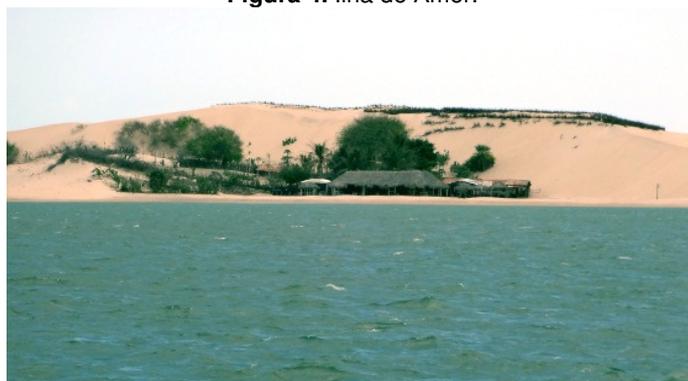
As linhas horizontais, por sua vez, transferem sensações de bem estar, acomodação e repouso, pois lhes faltam as características dinâmicas das linhas verticais. De acordo com Cruz, Camargo e Guzela (op. cit., p. 11), as sensações transmitidas pela horizontalidade da fotografia são permitidas porque estão intimamente ligadas com a nossa postura natural de relaxamento. Nesse sentido, entende-se que o uso de camadas horizontais pode contribuir para o aumento do interesse/motivação do observador, tendo em vista que propicia uma cadência visual mais atraente, dada a sua profundidade. Conforme é possível observar na imagem seguinte, a sequência das ondas no mar (à frente), seguida das ondulações sinuosas das dunas (atrás), produz um movimento leve que imita bem a realidade. Por (re)criarem no observador a sensação de serenidade e contemplação, dificilmente estarão associadas a contextos mais dramáticos.

Apesar de serem considerados os elementos mais básicos e fundamentais da composição fotográfica, o uso das linhas verticais e horizontais não dispensa o domínio técnico mínimo, mesmo de um amador. Não basta reconhecer a sua importância para o bom enquadramento da fotografia. É preciso apurar a visão para identificar com precisão o posicionamento das linhas em uma cena. Segundo Malta (2009, p. 06), “elas (linhas) são os alicerces da imagem, e devem ser utilizadas tanto para transmitir sentidos básicos como para guiar o olhar do receptor pelo quadro”. Entende-se, portanto, que o emprego correto das linhas pode conduzir um seguimento visual dentro dos limites da imagem, influenciando a sua interpretação pelo observador.

As próximas figuras demonstram claramente a distinção entre uma fotografia com efeito (linha) vertical, com ápice apontando para o céu (Figura 3), e uma fotografia com efeito (linha) horizontal, cuja extensão ao fundo é acompanhada pela perpendicularidade das alvas dunas da ilha (Figura 4).

Uma técnica muito utilizada e interessante é a fotografia panorâmica, também conhecida como fotografia de formato ampliado. Essa técnica especial permite realizar uma “colagem” de várias imagens capturadas pela câmera numa única fotografia. As câmeras digitais modernas já estão saindo de fábrica com este recurso pré-programado, facilitando muito o trabalho para quem não domina bem a técnica. A Figura 5 é um exemplo de uma fotografia panorâmica em 180°. É possível perceber nessa técnica, ao contrário de outras, uma noção de estiramento sem distorção. De todas as técnicas fotográficas utilizadas, a panorâmica é a que mais se aproxima da realidade visual apreendida pelos olhos humanos.

Figura 4. Ilha do Amor.



Fonte: Arquivo Pessoal.

Figura 5. Orla marítima camocinense.

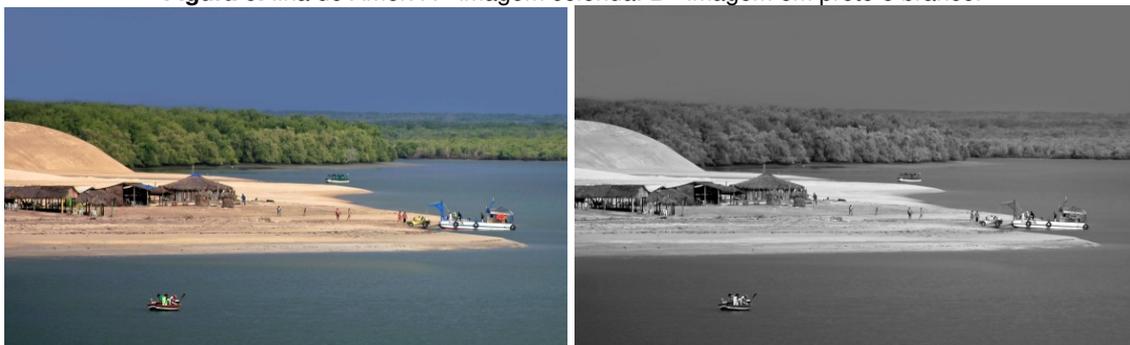


Fonte: Arquivo Pessoal.

Por fim, outros dois recursos indispensáveis à fotografia são o senso de profundidade e as cores. O primeiro é responsável por permitir uma ideia de distâncias através de leituras tridimensionais num plano bidimensional. Já as cores dão harmonia e equilíbrio à imagem. Sem elas, a fotografia perde a atratividade e fica sem vida.

As duas imagens a seguir são idênticas, com uma única diferença: a Figura 6A apresenta profundidade e cores bem definidas. Assim, a Figura 6, apesar de contemplar a mesma profundidade que a Figura 6B, não é tão atraente e convidativa. A sensação de profundidade é um recurso de muita utilidade na fotografia, uma vez que seus componentes se misturam às cores do cenário e organizam o resultado final para que o receptor possa fazer a sua interpretação livremente.

Figura 6. Ilha do Amor. A - imagem colorida. B - imagem em preto e branco.



Fonte: Arquivo Pessoal.

PAISAGEM: CONCEITO E COMPOSIÇÃO

Desde os primórdios da história, a ligação entre o ser humano e a natureza esteve intimamente composta. Primeiramente, essa relação foi marcada por um comportamento mais desconfiado do homem, que desejava apenas sobreviver ao extinto selvagem de predadores e resistir às variações climáticas da época. Outro fator que pode explicar o afastamento do homem do meio

natural seria o receio sempre presente em seu imaginário de lidar com o desconhecido e com formas de vida mais hostis e ameaçadoras.

Com o surgimento do nomadismo, as sociedades patriarcais obrigaram-se a realizar grandes e constantes deslocamentos de um lugar para outro, num esforço contínuo pela busca de terras mais férteis e habitação segura para os seus componentes. Nesse tempo, o homem ainda não possuía um olhar dotado de percepção contemplativa e via a natureza despretensiosamente, apenas como sua dispensadora de provisões. A beleza paisagística não era considerada importante. Desse modo, o único interesse pelo meio natural restringia-se ao que ele podia fornecer para a manutenção e prolongamento da vida humana.

Foi a partir do Renascimento (século XV), quando os vínculos com a Igreja Católica começaram a se romper, que o homem começou a entender melhor a si mesmo (humanismo) e a valorizar mais a natureza em detrimento do religioso e do sobrenatural (PROENÇA, 2012). Os próprios artistas europeus da época passaram a representar em seus trabalhos os novos valores e signos do movimento que, a rigor, procediam da experimentação e observação da natureza. De certa forma, essa percepção não estava ao alcance de todos. A contemplação da paisagem e sua representação artística era um privilégio somente da burguesia.

Em meados do século XIX, o desenvolvimento tecnológico e dos meios de transporte, impulsionados pela insurgência da Revolução Industrial, dinamizaram o deslocamento humano e, conseqüentemente, o vislumbre de novas paisagens (TRIGO, 2008). A popularização da fotografia e da televisão, bem como o advento da sétima arte, proporcionou um rearranjo da noção dominante sobre a paisagem. Agora, ela passava a ser reproduzida com movimento e emoção, estimulando sensações muito próximas das realmente percebidas.

Tecnicamente falando, o conceito de paisagem tem inquietado estudiosos do assunto e incitado debates, nem sempre conclusivos, há bastante tempo (CÔRREA, 2012). Por se revestir de abordagens subjetivas e baseadas em vivências particulares de quem a observa, muitos autores têm relativizado os seus estudos sobre paisagem. De fato, a paisagem se encontra muito mais encoberta de simbolismos e significados do que de vegetação e acidentes geográficos. Um estudo mais aprofundado a respeito do assunto dificilmente não enveredaria por um viés de abstrações e relativismos humanos.

O senso popular, na maioria das vezes, julga a paisagem apenas pelo que ela fornece em termos de aparência estética (fauna, flora, relevos...), desconsiderando os seus aspectos mais intrínsecos, morfológicos e impulsionadores de emoção (CORIOLANO, 2007). Para Ruschmann e Tomelin (2013, p.191), a paisagem é “um registro da memória cultural de um povo”. Nessa condição, não pode ser sumariamente desprezada, sobre pena de colocar em risco as lembranças e legados históricos de um lugar. Assim, a paisagem passa a ser vista como o produto das interações humanas num determinado espaço. Quanto maior for o convívio e o contato de um povo com o seu território, mais representações constarão em sua paisagem.

Milton Santos (1998) salienta que a paisagem seria o domínio do visível, ou seja, tudo aquilo que pode ser detectado pela visão humana. O conceito do autor vai além dos diversos componentes naturais e artificiais incutidos na natureza. Ele revela a existência de ações e omissões do homem conectadas ao longo dos tempos. Dessa forma, a paisagem pode ser entendida como um processo de formações múltiplas, incluindo, em suas partes, odores, sons, cores, sensações e experiências particulares de quem a observa.

Cada indivíduo possui critérios pessoais de avaliação e escolha de uma paisagem. Se considerarmos a bagagem sociocultural e axiomática que cada um carrega consigo mesmo, os olhares direcionados para um objeto receberá diversas interpretações. Prova disso seria a constatação que muitas pessoas têm diante um mesmo ponto observado. Dificilmente elas entrariam num consenso a respeito de suas apreensões. Possivelmente algumas ficariam curiosas, inquietas ou sentiriam prazer, ao passo que outras, quem sabe, apresentariam um simples conformismo e antipatia.

No entendimento de Ruschmann e Tomelin (*apud* BOULLÓN, 1997), o conhecimento de uma paisagem é uma ação continuada, que não se processa imediatamente após a sua observação. Muitas vezes são necessários reencontros, olhares novos, desalienados e vindos de outros ângulos para ter-se um entendimento mais aprimorado sobre aquela paisagem.

Presunções internas do próprio observador, bem como quaisquer interferências externas, podem ofuscar definitivamente o que se quer ver. A boa compreensão de uma realidade deve se fazer acompanhar pelo desprendimento das vaidades que nos mantém longe dela. Assim, o imediatismo torna o ato de perceber a paisagem uma experiência com valor diminuído.

Diligentemente, Corrêa (2012, p.05) explica que “há olhares distintos a respeito da mesma paisagem. Várias interpretações podem ser criadas a partir da mesma paisagem”. Dessa forma, é possível entender que não é a quantidade de paisagens, ou a sua variedade, que fará surgir múltiplas leituras de sua apresentação. Mas, os múltiplos atores envolvidos na dinâmica representativa da paisagem. Cada indivíduo possui um juízo de valor próprio, uma convicção íntima que interfere em suas determinações. São esses julgamentos pessoais, por vezes silenciosos e ocultos, que condicionarão o olhar do observador. Ou seja, para cada pessoa que observa uma paisagem podem existir diversos fatores agregados que a impulsionam a fazer isso.

É preciso salientar que não estamos, com isso, reduzindo a importância paisagística dos lugares em face do caráter investigativo dos turistas e/ou nativos. A essência de cada paisagem existente é tão importante quanto as diferentes visões e ângulos que as conferem. Enquanto aquela é vista como o resultado acumulativo de tempos e formas a espera de impressões, estas são a causa de suas reinvenções. Cruz (*apud* LUCHIARI, 1998, p.10) coaduna com este pensamento ao registrar que “as paisagens turísticas não existem a priori, como um dado da natureza. Elas são uma invenção cultural”. Sendo assim, a paisagem está frequentemente se refazendo, reconfigurando suas formas para encaixar-se em padrões determinados pela sociedade e pela própria força da natureza.

De modo diferente, Rodrigues (1996, p. 65) defende que “não é primordialmente o lugar que se transforma, mas nós mesmos, e com nossas lembranças que não são as do lugar em si, mas de nós mesmos, mais jovens, no lugar em questão”. O autor acredita que a mudança mais radical não acontece no plano natural paisagístico propriamente dito, mas nas atitudes e manifestações humanas. Nesse caso, não seria a variedade ou a transfiguração do lugar que nos atrairia, mas as nossas acepções pessoais. Essa ideia, apesar de ser aparentemente controversa, não anula ou impede a multiforme representação da paisagem.

Para justificar as suas constantes e expressivas transformações, a paisagem se apresenta no espaço de modo variado e talvez até infinito. Elementos físicos podem ser combinados a aspectos sensoriais para a composição de uma paisagem. Alguns componentes da paisagem podem receber um valor específico na totalidade da cena, em razão de circunstâncias especiais, tais como: singularidade, estética, localização, dificuldade de acesso, interesse histórico etc. (TRIGO, 2008). Por outro lado, as inclinações do observador frente ao objeto visualizado também devem ser consideradas. As suas experiências pessoais com a paisagem dependem de tais fatores para serem processadas.

Segundo o autor supracitado, existem três dimensões conceituais que facilitam a compreensão da paisagem, a saber:

1) **a dimensão estética ou visual:** é uma concepção primária, original e mais perceptiva de alguém ao deparar-se com uma determinada paisagem. Seria, nesse caso, a primeira impressão traçada pelo olhar;

2) **a dimensão cultural:** vê a paisagem como suporte das manifestações e expressões humanas. Muitas paisagens conseguem resistir ao tempo e, nessa condição, preservam histórias e valores de um lugar;

3) **a dimensão ecológica:** aqui a paisagem passa a ser vista como o fruto das suas interações químicas, físicas e biológicas com outros elementos do meio natural (minerais, terra, ventos, água, temperatura etc.).

Assim, o fator interesse sobre determinado contexto paisagístico será formado de acordo com o refinamento de cada dimensão supracitada. Para uns, a paisagem se revela suficientemente contemplativa com suas nuances e formas espaciais. Para outros, ela só se completa quando possibilita conhecer fatos de épocas passadas inscritos nos cenários do presente. Finalmente,

ela também pode ser vista como o resultado (positivo e/ou negativo) das inúmeras transformações pelas quais passou ao longo dos tempos.

Entretanto, para que a paisagem esteja mais intimamente associada à atividade turística de um lugar, são necessários alguns outros aspectos que a transformem num fator decisório para uma viagem. Na sequência, passaremos a discorrer sobre este assunto.

PAISAGEM NO TURISMO

Determinar a importância da paisagem para a prática da atividade turística tem se tornado objeto de estudo para muitos especialistas e pesquisadores que se debruçam sobre o assunto (RUSCHMANN E TOMELIN, 2013). Embora a paisagem não seja o único fator que impulse o desenvolvimento do turismo num destino, é preciso reconhecer a sua significativa contribuição no que tange às escolhas dos turistas em seus muitos deslocamentos.

Para Pacheco (2011, p. 344), “a paisagem tem um papel fundamental na atratividade de um destino turístico em função do seu poder intrínseco de beleza, bem-estar, prazer e satisfação em alto grau (...) no momento da escolha do espectador”. Ao que parece, a paisagem libera de sua própria essência algum tipo de encantamento que conduz o observador em sua tomada de decisão. Ela mesma é um indicador de que o turista não está mais em seu lugar original. O processo que o leva a experimentar uma visão diferente proporciona sensações únicas de satisfação física e espiritual. Até mesmo o simples fato de observar a fotografia de um lugar (desconhecido ou não) já libera emoções que inspiram o observador, em seu imaginário, para a prática do turismo. Uma olhadela desinteressada, que seja, pode ser o bastante para uma primeira “viagem” introspectiva – e a introspecção, nesse caso, poderá se converter em consumação.

De acordo com alguns estudiosos (RODRIGUES, 1996; SANTOS, 1998; CRUZ, 2003; CORIOLANO, 2007; TRIGO, 2008 e RUSCHMANN e TOMELIN, 2013) existe um número incontável de paisagens, tendo em vista o constante processo de variação pelo qual passam. Conforme dito, a paisagem pode assumir estilos e tipos diferentes, pois representa o resultado das interações humanas e socioculturais distribuídas no tempo e no espaço. Segundo Coriolano (2007, p. 26), “(...) paisagem, na representação do turista é diferente de paisagem geográfica. Esta é muito mais do que cenário, é o resultado da dinâmica da natureza e da sociedade (...) e não é apenas natural, pode ser urbana”. Mesmo as cidades e zonas metropolitanas possuem atrativos tão interessantes aos olhos do turista quanto qualquer outro espaço dotado de maior naturalidade. As (des)vantagens geradas pela prática do turismo numa cidade praiana ou serrana também podem ser verificadas numa cidade eminentemente histórica, com pouco ou quase nenhum recurso natural.

É Côrrea (*apud* MEINIG, 2003) quem trabalha o conceito de polivalência da paisagem, que noutras palavras seria a apresentação diversificada das possibilidades paisagísticas de um lugar. O rol elencado pelo autor não é taxativo, mas apenas exemplificativo. Para tanto, ele se baseou nas experiências e motivações do observador, que passa a compreender a paisagem como: natureza; habitat; artefato; sistema; problema; riqueza; ideologia; história; lugar; estética.

Nesse sentido, as percepções de paisagem serão traduzidas em consonância com as afinidades indutoras de cada indivíduo. Um viajante naturalista, por exemplo, que aprecia a vida e o contato com o meio ambiente, terá maiores inclinações para a natureza e contexto estético do lugar visitado do que outros. Em contrapartida, o turista que deseja conhecer mais sobre as experiências e modos de vida dos nativos será mais atraído pelos aspectos históricos e ideológicos locais. Ambas as visões de paisagem são igualmente válidas e aceitas. Não há barreiras que impeçam a coexistência entre paisagens diferentes e turistas com leituras heterogêneas.

Ruschmann e Tomelin (2013, p. 193) destacam ainda que “a paisagem pode ser entendida como um sistema formado pelas interações dos elementos que a constituem e onde se manifesta o registro da evolução biofísica e histórica da cultura”. Em outras palavras, paisagem, para efeitos turísticos, não pode compreender tão somente elementos e fatores superficialmente materiais. Existem contatos proporcionados pelo turismo que estão além das sensações resultantes de sua materialidade estética. Um turista mais inquiridor não se

contentará em vislumbrar paisagens meramente naturais, tangíveis aos olhos e aos demais sentidos. Talvez a sua “sede” só seja plenamente saciada quando focar o tipo de paisagem que consuma a sua conveniência.

CAMOCIM: UMA DISCUSSÃO SOBRE A TEMÁTICA EM TELA

A cidade de Camocim está localizada no extremo norte do Estado do Ceará e representa uma das últimas composições do litoral oeste da região. Atualmente, sua população ultrapassa o número de 60 mil habitantes e sua área abrange 1.124 km² de extensão, aproximadamente (IBGE, 2010). Seus limites geográficos são: ao norte, o Oceano Atlântico; ao sul, o município de Granja; a leste, as cidades de Jijoca de Jericoacoara e Bela Cruz; e a oeste, o município de Barroquinha. Camocim está distante cerca de 360 km de Fortaleza-CE.

O clima quente e úmido, com temperaturas oscilando entre 28° e 33° C ao longo do ano, é resultado de sua situação geográfica e proximidade com o mar, elementos indispensáveis à potencialização turística do lugar. A seu favor também contam os cerca de 60 km de litoral (mais de 10% de toda a costa do Estado do Ceará), além de ecossistemas diversificados e bem definidos (praias, mangues, rio, matas, dunas, falésias, lagoas, coqueirais etc.).

Como exemplos de pontos turísticos podemos citar: a Ilha do Amor, a Praia das Barreiras, a Praia do Maceió, a Praia das Caraúbas, A Barra dos Remédios, a Praia do Xavier, a Praia das Imburanas, a Praia de Tatajuba, a Praia do Guriú, O Lago Seco, a Praia do Farol, o Lago do Boqueirão, a Praia da Barrinha, o Laguinho da Torta, entre outros. O município possui ainda um estimado número de patrimônios materiais e imateriais que ressaltam fortemente a cultura local, tais como: Igreja do Bom Jesus dos Navegantes, Prédio da Antiga Estação Ferroviária, Academia de Letras, Praça Pinto Martins e Biblioteca Municipal (antiga casa do aviator), Mercado Público, Oficinas e Galpões da Rede Ferroviária Federal S.A. (RFFSA), Ruínas do Sport Clube, Festival de Música e Quadrilhas, Lenda do Coró, costumes locais etc.

Ante a exposição sintética da geografia do município de Camocim-CE, passaremos agora a discussão e análise dos resultados obtidos através da aplicação em campo questionários realizados durante o período de carnaval camocinense de 2014. Foram aplicados 100 questionários ao longo dos quatro dias de carnaval em Camocim-CE, onde as abordagens obedeceram devidamente o princípio da aleatoriedade em suas conduções. Alguns pré-requisitos metodológicos foram criteriosamente observados para a elaboração das perguntas, de maneira que ficassem organizadas assim: sete perguntas fechadas (objetivas) contendo duas ou no máximo cinco alternativas cada; e uma pergunta aberta (subjéctiva), reservando aos interrogados a liberdade de exporem suas respostas.

Os questionários foram elaborados de forma clara e objetiva. Sistemáticamente, podemos dizer que o seu conteúdo abordava os seguintes aspectos: sexo, origem, faixa etária, opinião sobre o conhecimento da paisagem camocinense, tipos de paisagens camocinenses, contribuição da fotografia para divulgação da paisagem de Camocim e influência da paisagem camocinense para motivação do turismo local.

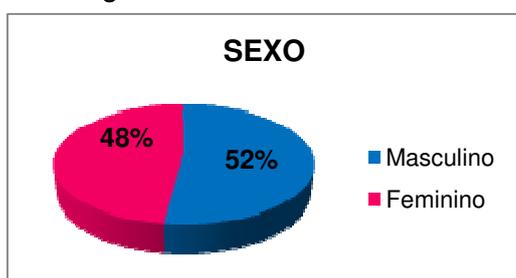
A análise quantitativa e qualitativa foi realizada por meio da obtenção dos resultados da pesquisa de campo. Na oportunidade, observamos o quanto a paisagem de Camocim-CE ainda precisa ser conhecida, tanto pelo nativo como pelo visitante. Em relação aos objetivos alcançados através deste trabalho podemos elencar: Discutir o papel da paisagem camocinense para a atividade turística; Valorizar o patrimônio histórico local; Fomentar a preservação dos atrativos naturais camocinenses; Entender a importância do uso da fotografia para a divulgação paisagística local.

O primeiro, o segundo e o terceiro quesitos pretendiam auferir informações de identificação básica dos entrevistados. Uma rápida leitura dos dados permite verificar que predominaram as pessoas do sexo masculino (52%) em detrimento das do sexo feminino (48%) (figura 7). Com relação ao critério da origem, mesmo que o período de carnaval tenha atraído um número significativo de visitantes à cidade de Camocim-CE, a representação nativa (56%) ultrapassou a de turistas (44%), para efeitos da pesquisa (figura 8). Quanto à faixa etária dos questionados, percebemos uma margem superior representada pelo segmento de jovens e adultos (18 a 25 anos), qual seja 42% (figura 9). Logo após destacam-se os adultos de 26 a 31 anos (18%),

seguidos daqueles com mais de 41 anos (15%), dos adolescentes de 12 a 17 anos (14%) e dos adultos com idade entre 32 e 40 anos (11%).

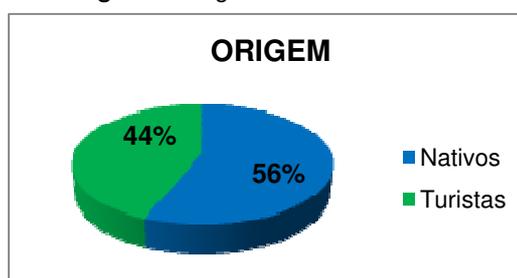
Em seguida, abordou-se a respeito do conhecimento que o nativo e o turista possam ter em relação à paisagem de Camocim-CE (figuras 10 e 11). De acordo com as respostas fornecidas pelos questionados (quesito 4), 32% acreditam que o nativo conhece bem a sua própria paisagem, 54% afirmaram que ele não a conhece bem e outros 14% disseram que apenas em parte a paisagem é bem conhecida pelo nativo. Mas essas informações só aguçam mesmo a curiosidade quando comparadas aos dados obtidos na pergunta seguinte (5), que pretendia saber o quanto a paisagem camocinense é conhecida pelo turista. Para 44% dos entrevistados o turista conhece bem a paisagem camocinense, enquanto que 53% afirmaram que ele não a conhece bem e 3% disseram que ele a conhece bem apenas em parte. A interpretação dos Gráficos 4 e 5, respectivamente, reitera o que já fora constatado: que a paisagem camocinense é mais bem conhecida pelo turista do que pelo próprio nativo – ao menos no ponto de vista dos entrevistados.

Figura 7. Sexo dos entrevistados.



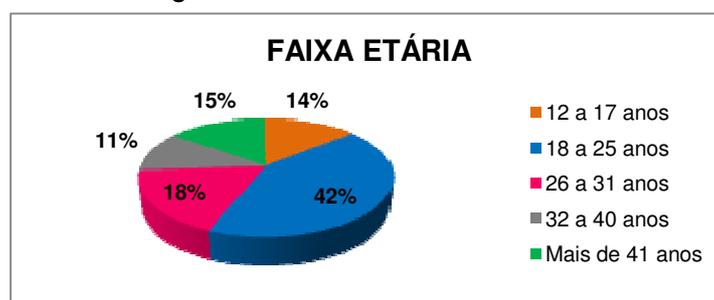
Fonte: Levantamento de campo.

Figura 8. Origem dos entrevistados.



Fonte: Levantamento de campo.

Figura 9. Faixa etária dos entrevistados.



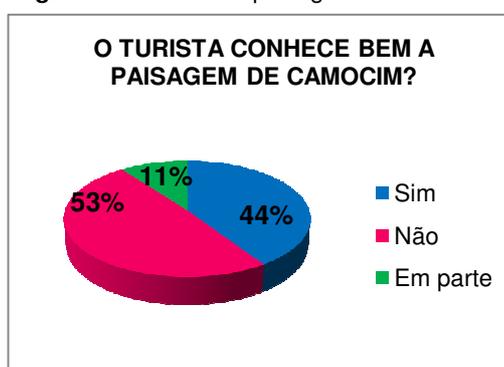
Fonte: Levantamento de campo.

Figura 10. O nativo e paisagem camocinense.



Fonte: Levantamento de campo.

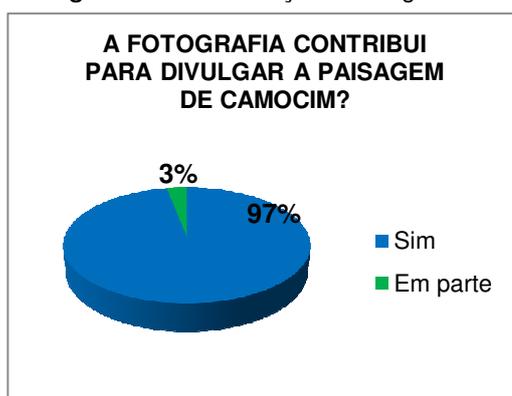
Figura 11. O turista e paisagem camocinense.



Fonte: Levantamento de campo.

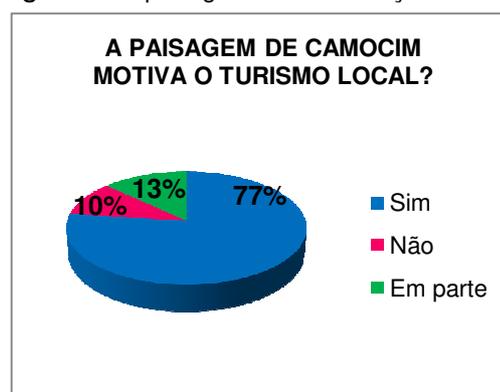
Quando questionados sobre a contribuição da fotografia para a divulgação da paisagem camocinense (figura 12), a grande maioria (97%) confirmou a importância do seu uso para tanto. Nenhum dos entrevistados negou a relevância da fotografia para promover o conhecimento da paisagem local. Nesse sentido, acreditamos que tanto o turista como o nativo estejam plenamente cientes do uso da fotografia enquanto recurso para divulgação paisagística de Camocim (figura 12), tendo em vista que apenas 3% disseram que ela (fotografia) contribui apenas em parte para isso. Em seguida, perguntamos aos entrevistados se eles consideravam a paisagem de Camocim um fator que motivasse o turismo local. A maioria (77%) respondeu afirmativamente, 13% disseram que apenas em parte e 10% apontaram que ela (paisagem) não afeta a motivação turística local.

Figura 12. A contribuição da fotografia.



Fonte: Levantamento de campo.

Figura 13. A paisagem como motivação turística



Fonte: Levantamento de campo.

Por último, os entrevistados foram arguidos sobre exemplos de paisagens camocinenses que poderiam ser citadas por eles. Para esta questão, preferimos deixar os questionados à vontade para responderem subjetivamente, ou seja, sem o auxílio de alternativas fechadas. Após o levantamento dos resultados deste questionamento, percebemos uma inclinação mais expressiva para os tipos de paisagens associados à natureza, como praias por exemplo. Apenas uma pequena fatia deles citou outros tipos de paisagens (estação, praça e mercado, por exemplo). Vejamos como ficou a distribuição ordenada desta questão na Tabela 1.

Tabela 1. Paisagens de Camocim citadas.

Paisagens camocinenses	(%)
Praia das Barreiras	23%
Ilha do Amor	18%
Praia das Barreiras	15%
Praia de Tatajuba	12%
Beira Mar	9%
Estação Ferroviária	6%
Praça Pinto Martins	5%
Manguezais	3%
Mercado Público	3%
Não opinaram	6%

Fonte: Levantamento de campo

Através destes resultados é possível inferir que: 1) tanto o nativo como o turista ainda não conhecem bem a paisagem de Camocim-CE, apesar deste conhecê-la razoavelmente melhor que aquele; 2) o uso da fotografia como recurso turístico de divulgação da paisagem local foi aprovado pela maioria dos entrevistados (97%); 3) mesmo que grande parte dos questionados (77%) considere a paisagem de Camocim-CE um atrativo para motivar o turismo local, o seu conhecimento limita-se à exemplares associados à natureza.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No turismo, quando o turista é levado a interpretar a paisagem, ele começa a dar novos significados aos lugares visitados. É preciso dizer que essa interpretação pode ser seguida de um longo período de tempo, e que outros encontros talvez sejam necessários para firmá-la. Contudo, o essencial é proporcionar uma relação amistosa entre o indivíduo e as mais diversas paisagens, para que ele consiga, por si só, perceber a diferença entre uma paisagem tipicamente material e uma que seja completamente o seu oposto (imaterial).

Infelizmente, hoje, a relação entre o turista/nativo e a paisagem de Camocim-CE não é das melhores. Conforme foi demonstrado através do resultado de nossa pesquisa de campo, muitos nem conseguem pensar em paisagem e mencionar um exemplo que fuja da “regra” naturalista. No caso do nativo, essa questão é ainda mais preocupante. Até parece que ele só enxerga o seu entorno habitual como polo de trabalho e moradia. Mesmo que o turismo (ainda) não seja a principal fonte econômica e de renda do camocinense, este precisa pensar que o turismo pode trazer muitos benefícios para a sua cidade. Um dos caminhos para essa potencialidade turística acontecer de fato seria o (re)conhecimento de sua paisagem.

Diante de todas as questões discutidas e elencadas neste trabalho, é possível dizer que o uso da fotografia contribui positivamente para o fortalecimento imagético de um lugar com potencialidades para o desenvolvimento da atividade turística. Todavia, é preciso reconhecer que tais fotografias, quando bem produzidas, tornam o ato de fotografar mais prazeroso e promovem a divulgação de um destino através da exposição sua imagem.

O desenvolvimento da percepção paisagística do espaço vivenciado perpassa pelo no conhecimento das potencialidades da paisagem camocinense na atração subjetiva do visitante. Para tanto, a paisagem de Camocim precisa ser conhecida melhor, tanto pelo nativo como pelo visitante. Acreditamos que tanto a fotografia quanto o turismo podem proporcionar uma valorização da paisagem local e, conseqüentemente, agregar representatividade no campo imagético da espacialidade retratada.

REFERÊNCIAS

- BOULLÓN, R. C. **Proyectos turísticos**: identificación, localización y dimensionamento. Cidade do México: Editorial Diana, 1997.
- BUSSELE, M. **Tudo sobre fotografia**. São Paulo: Pioneira, 1977.
- CHARTIER, R. **Origens culturais da Revolução Francesa**. São Paulo: Editora Unesp, 2009.
- CORIOLOANO, L. N. M. T. (org). **O turismo e a relação sociedade-natureza**: realidades, conflitos e resistências. Fortaleza: EdUECE, 2007.
- CORRÊA, R. L. **Paisagem**: algumas reflexões sobre sua natureza e conexões. Rio de Janeiro, Edições Makunaima, 2012.
- CRUZ, da G.; CAMARGO, P. de; GUZELA, M. Fotografia e suas interfaces para o desenvolvimento da imagem de um destino turístico. In: **Anais do IX Seminário Internacional de Turismo-SIT**. Ecoturismo e Turismo de Aventura. UNICEMP: Curitiba, 2007.
- CRUZ, R. de C. A. da. **Introdução à geografia do turismo**. 2 ed. São Paulo: Roca, 2003.
- ENCICLOPÉDIA Barsa Universal. São Paulo: Barsa Planeta, 2009. 18 v.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo demográfico de 2010**. Disponível em: < <http://www.cidades.ibge.gov.br>> Acesso em 02 de junho de 2014.
- KOSSOY, B. **Realidade e ficções da realidade fotográfica**. São Paulo: Ateliê Editorial, 1999.
- LUCHIARI, M. T. D. P. Urbanização turística - um novo nexos entre o lugar e o mundo. In: LIMA, L. C. (org.). **Da cidade ao campo**: a diversidade do saber-fazer turístico. Fortaleza: Ed. UECE, 1998. p. 15-29.
- MALTA, H. **Composição fotográfica criativa**. 2010. Disponível em: <http://www.hudsonmalta.com/upload/Composicao_apostila_HudsonMalta.pdf>. Acesso em: 14 de abril 2014.

MEINIG, D. O Olho que observa: dez versões sobre a mesma cena. **Espaço e Cultura**, n.16, 2003.

NEIVA JÚNIOR, E. **A imagem**. São Paulo: Ática, 2002.

PACHECO, L. D. N. A percepção da paisagem no turismo do campo de golfe Comandatuba Ocean Course na ilha de Comandatuba, BA. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 3, p. 341-354, dez. 2011. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/pdf/1154/115421323004.pdf>>. Acesso em 16 de abril de 2014.

PROENÇA, G. **História da arte**. São Paulo: Ática, 2012.

RODRIGUES, A. B. (org.). **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: Editora Hucitec, 1996.

ROSSI, M. H. W. **Imagens que falam: leitura da arte na escola**. Porto Alegre: Mediação, 2009.

RUSCHMANN, D. V. de M.; TOMELIN, C. A. (orgs.). **Turismo, ensino e práticas interdisciplinares**. Barueri: Manole, 2013.

SANTOS, M. **Metamorfose do espaço habitado**. São Paulo: Editora Hucitec, 1998.

SCHLICHTA, C. **Mundo das ideias: arte e educação. Há um lugar para a arte no ensino médio?** Curitiba: Aymar, 2009.

SCHNEID, F. H.; MICHELON, F. F. Entre conversas e fotografias: o papel de uma guardiã de memória. In: **Anais do XIV Encontro Regional de História**. 2014. Universidade Estadual do Paraná. Campo Mourão, 2014.

TRIGO, L. G. G. (org.). **Turismo: como aprender, como ensinar**. 4 ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.